JKN GLOBAL GROUP

Opportunity Day

August 26, 2022

Investor Relation Contact : ir@jknglobalgroup.com
JKN Official Website : www.jknglobalgroup.com



Agenda

- Introduction
- Company overview
- Business overview
- Business outlook
- Financial overview
- Q & A

2022 highlights and outlook

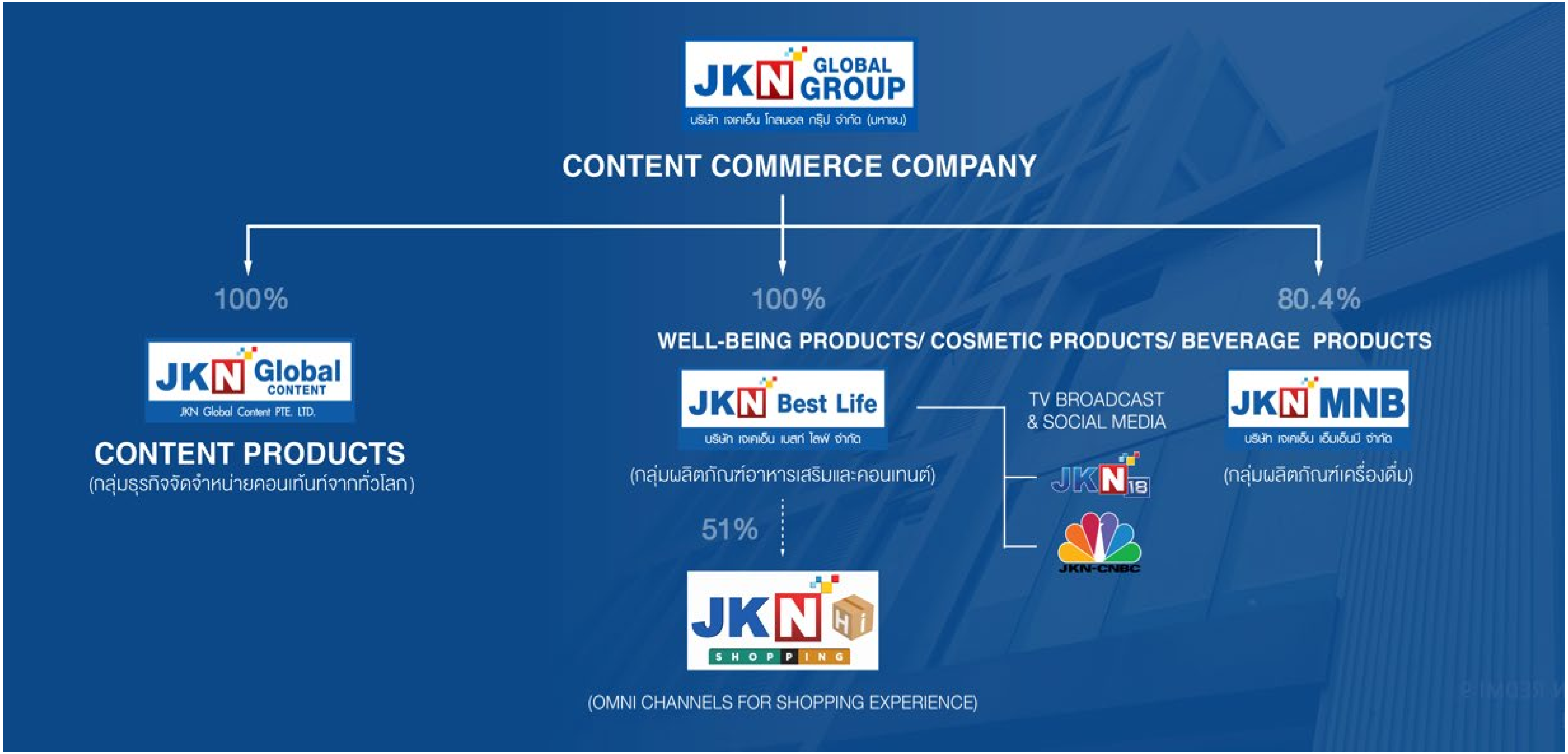
Gross profit margin Improvement

Gross profit margin of content business improved from the last year with GP reaching 59%

Strong growth in content sales

Content sales growth 3% from the last year with new platform license on IPTV

Corporate Structure



Value chain

Import	Localization	Distribution
The company communicates with world-class content producers globally for supply and distribution to Thai audiences	All imported content is translated and narrated into Thai before delivery to clients	Content covers all kinds of platforms such as digital TV, cable TV, satellite home entertainment and internet TV

In-House Distribution Channel
JKN 18

Major suppliers

NATIONAL GEOGRAPHIC
UNIVERSAL
MARVEL STUDIOS
Star
colors viacom18
ZEE TV
ABS-CBN
GMA

Program rights



Major customers

3 HD
8
7 HD
MCOT HD | 30
AMARIN 34 HD
ไทยรัฐ TV 32 HD
one HD 31
true4U
PPTV HD
workpointTV
Nation
PSI
TVD
TNN
true visions
GMM Z

Operation Arm: Content and Commerce

JKN Best Life Co., Ltd.

JKN Best Life Co., Ltd (JKNBL) is a powerhouse which provide 360 full-fledged production, marketing and advertising services including airtime media buys. It also owns and operates JKN18, a national digital terrestrial TV channel in Thailand.

- **JKNBL** acquires, produces and distributes the following high rating content properties airing in Thailand.
- Asian Fantasy, Hollywood Hits & Super Show on almost every TV channel in Thailand including JKN18, Channel 3, Channel 8 and MCOT Networks.
- "Anne Show" on JKN18 and "Real Anne" talk shows on JKN's Official YouTube channel and Facebook Live.
- The highly anticipated annual Mega Showcase events staged in Bangkok and telecasted nationwide through JKN's network channel.
- Global financial and business news in Thai language from its licensed partnership with CNBC on JKN18.
- Various original productions and format shows such as "**The Prince of Ayodhya**", "**Love Travels**", "**Street Kitchen**" and "**Project Runway Thailand**" are in the pipeline.



JKN News



Hollywood Hits



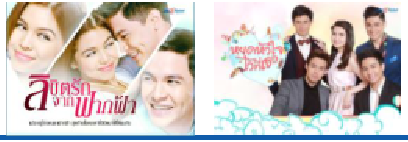
Asian Fantasy



Bharata Pun Laan



Rukk Krachak Jai



I-Magic: The Project

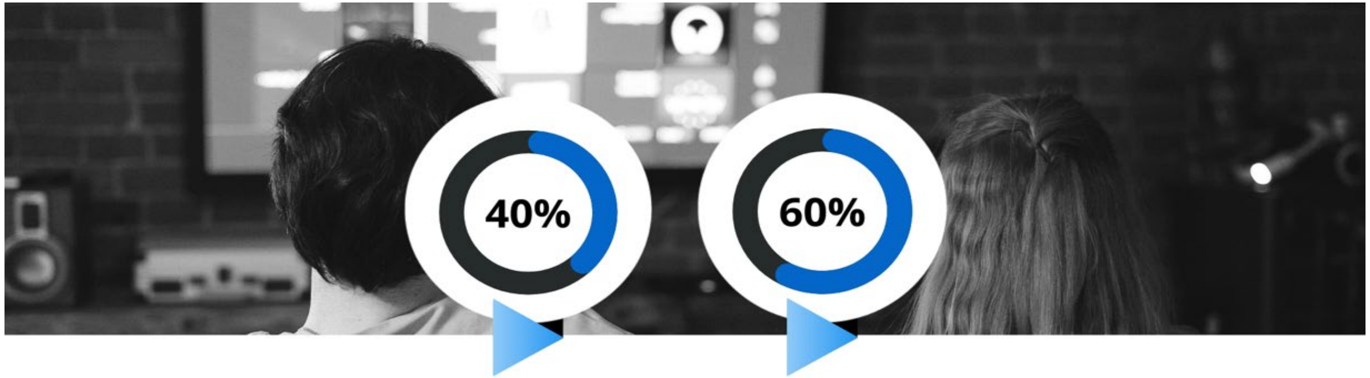
BBC | NATIONAL GEOGRAPHIC | HISTORY | Discovery CHANNEL

กลยุทธ์การตลาดเนื้อหารายการ

CONTENT MARKETING STRATEGY

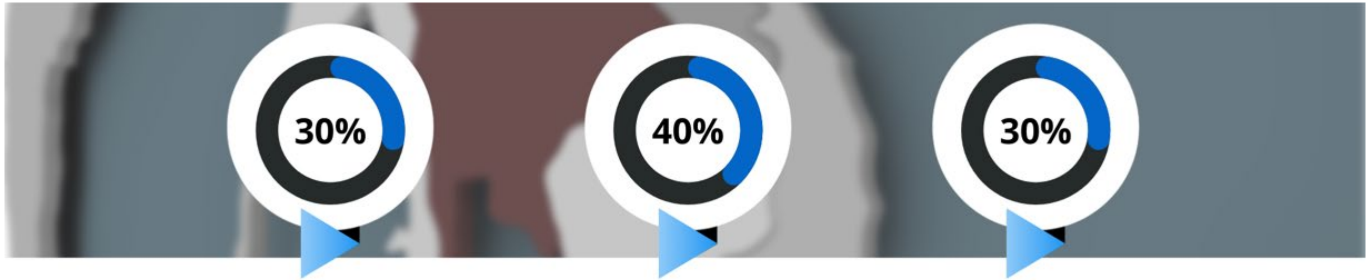


กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย



เพศชาย

เพศหญิง

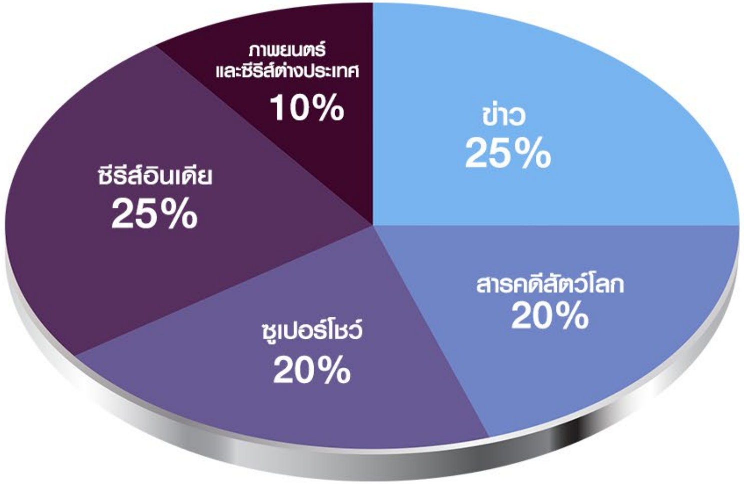


กรุงเทพมหานคร

เขตเทศบาล

นอกเขตเทศบาล

สัดส่วนเนื้อหารายการ



JKN CNBC Project

JKN-CNBC

X

AIS PLAY

STAY TUNE WITH WORLD ECONOMIC IN EVERYWHERE

DESCRIPTION:

- AIS PLAY is a Streaming Service Provider that users always connect 24 hrs for entertainment experiences.
- JKN-CNBC has join AIS PLAY to launch the news programs on it with tie-in our products.

THE INTERESTING POINT:

- AIS PLAY HAS 8,000,000 ACTIVE USERS.

II. Digital TV station

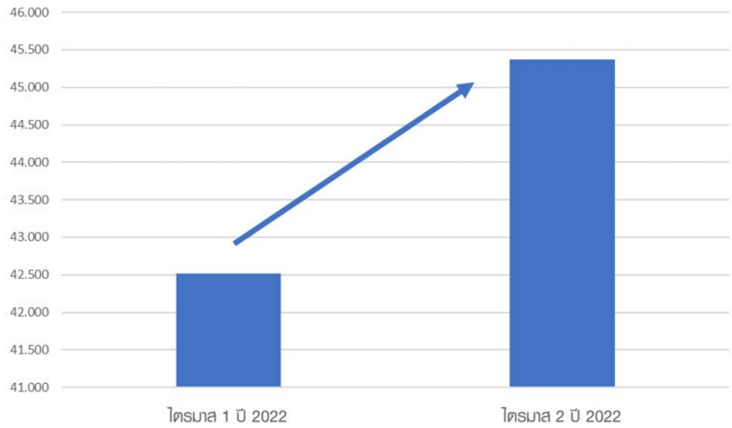


II. Digital TV station



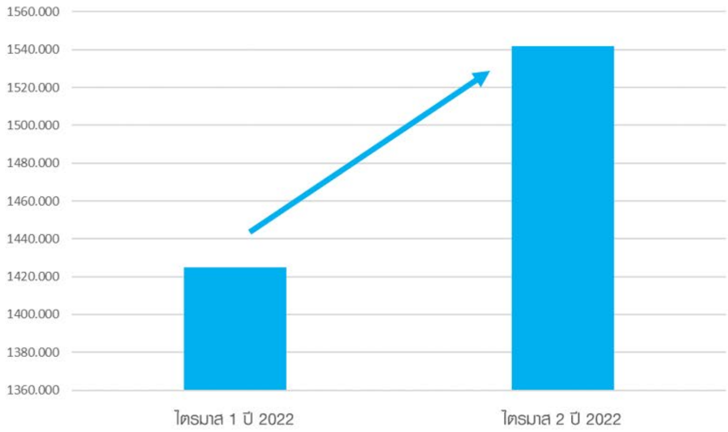

JKN18 เป็นสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีความนิยมของผู้ชม
1 ใน 10 ของประเทศ

แนวโน้มความนิยม และการเข้าถึงผู้ชม



ความนิยมของผู้ชม

+6.73%



การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

+8.20%

Business outlook

JKN Best Life Co., Ltd.

JKN Best Life
บริษัท เจเคเอ็น เบสท์ ไลฟ์ จำกัด

JKNBL also owns, markets and distributes health and beauty consumer brands **C-Tria®, OligFiber®, V-Allin®, Hair Now®, Prima Collagen®, Fish Cap®, Herb Cordy®** and **Instinct by Anne JKN® fragrance** through its online retail platform, www.jknshopping.com
In addition, more than 10 food supplements with hemp (CBD) extract are currently under development.

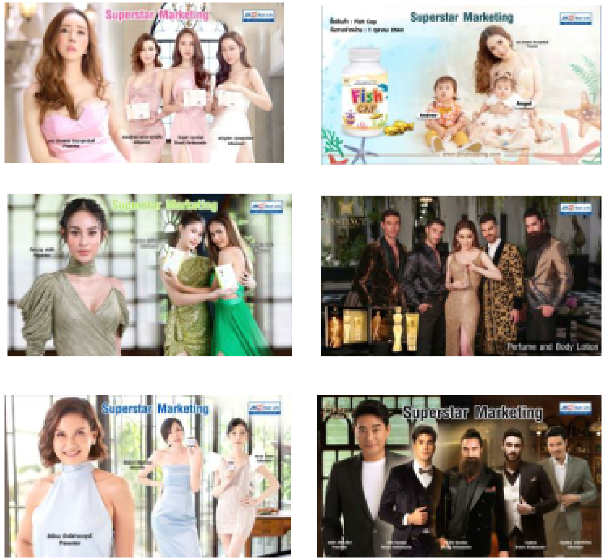
JKN Best Life Co., Ltd. purchased numbers of products and trademarks from other JKN's related companies as part of JKN's business restructuring and expanding its business operations in terms of the sale of health, beauty and consumer products. This is the management's self-relying strategy to make JKN Best Life own the products and trademarks and to be the supplier distributer and developer of such products and trademarks and for the products which will be created in the future without relying on the related companies.

JKN leverages the strong branding of its CEO as a brand and utilize Superstar Marketing of its content and media business to grow into the commerce sector. By using its extensive experience to select a suitable actress/actor to match its in-house product and present to their captive audience pool. JKN is looking to maximize the sales of its products in the next three years.

Manufacturing and Distribution of Health, Beauty and Consumer Products



CEO Branding and Superstar Marketing



JKN Best Life

บริษัท เจเคเอ็น เบสท์ ไลฟ์ จำกัด

JKN GLOBAL GROUP

TO LIVE YOUR BEST LIFE



HEALTH PRODUCT



BEAUTY PRODUCT



PERSONAL CARE PRODUCT



KIDS PRODUCT

WELLNESS CATEGORY

Operation Arm: Commerce

High Shopping Co., Ltd.

High Shopping Co., Ltd. broadcast its TV home shopping via PSI channel 46/ GMMZ channel 43/ INFOSAT channel 46 / DTV channel 37 / Charoen Cable Channel 9/ TOT IPTV Channel 38 / AIS Play Channel 800 / 3BB TV Channel 88 and LOOX TV Application. JKN can immediately utilize these channel to perform a Direct to Customer (D2C) selling, along with HS's existing infrastructures and software that can handle large volume of sales to accelerate its reach to the untapped customer pool. This strategic acquisition is part of JKN's stepstone to make the Company as a "**Content Commerce Company**" by:

- Operating and distributing various consumer products through TV shopping.
- Utilizing production house to produce commercial and TV program for 3rd party.
- Consumer products to be sold through JKN TV shopping network.

High Shopping Operates and Distribute various consumer products through TV shopping



Business outlook



Operation Arm: Consumer Products/Food & Beverage

MN Beverage Co., Ltd.

MN Beverage Co, Ltd., which owns and operates a high-capacity OEM facility (ISO certification pending) catering to various third-party beverage brands and JKN inhouse beverage brands. Up to 8 million bottles are produced each month.



Operation Arm: Consumer Products/Food & Beverage

JKN MNB Co., Ld.

JKN MNB Co. ,Ltd., owns and distribute and market beverages including Asian beverages, herbal concoctions and fitness tonics under its proprietary ***Cupid***®**lines**, including ***CupidHerbMax***®, **Cupid*DragonX*®**, ***CupidTigerX***®, ***CupidFitmax***® and ***CupidFruitamin***®.

The beverages retail at all supermarkets and convenience stores including Tesco, Lotus, Big C, Foodland nationwide and soon to be available at 7-11 outlets as well. In addition, beverages with hemp(CBD) extract are currently under development.

JKN Global Media
บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)
51%

MN Beverage
บริษัท เอ็มเอ็น เบฟเวอเรจ จำกัด
49%

JKN MNB
บริษัท เจเคเอ็น เอ็มเอ็นบี

JKN MNB

Products Marketing



Distribution Channels

Lotus's
Big C
FOODLAND Supermarket Co.,Ltd

In Pipeline

7 ELEVEn

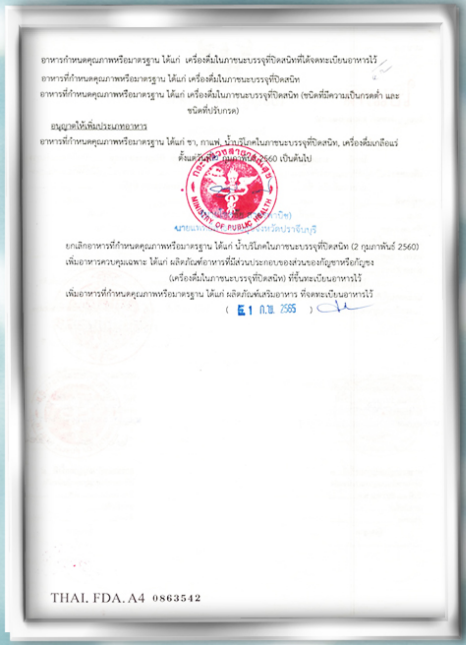
MN Beverage

Manufacturing Site



Business outlook





JKN MNB
บริษัท เจเคเอ็น เอ็มเอ็นบี จำกัด

ได้ใบอนุญาตเป็นเจ้าแรก ๆ

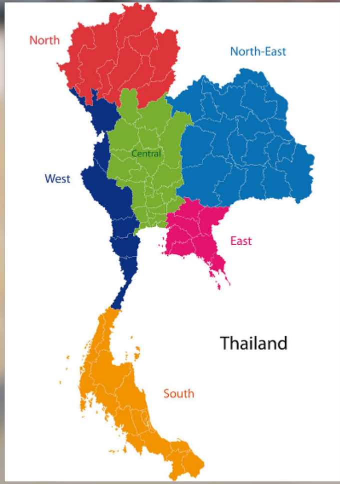
ในการผลิตเครื่องดื่มหรืออาหารเสริม
ที่มีส่วนผสมของกัญชาหรือกัญชง


JKN MNB
บริษัท เจเคเอ็น เอ็มเอ็นบี จำกัด
BEVERAGE CATEGORY
JKN GLOBAL GROUP
TIGER X SHOT
DRAGON X SHOT
DRAGON X
TIGER X
HERB MAX
HERB MAX SHOT
FIT MAX 13
FITMAX
RETAIL NETWORK
Jiffy
FamilyMart
Tops market
FOODLAND
Shopee

Business outlook

Distribution Channels

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ทั่วประเทศทั้ง Modern Trade และ Traditional Trade



Business outlook





Introduction

Company overview

Business overview

Business outlook

Financial overview

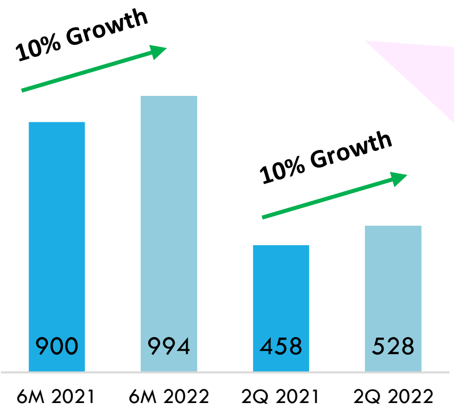
- Key income statement data
- Segment financials by platform
- Segment financials by geography
- Balance sheet summary and key financial ratios

Q & A

Appendix

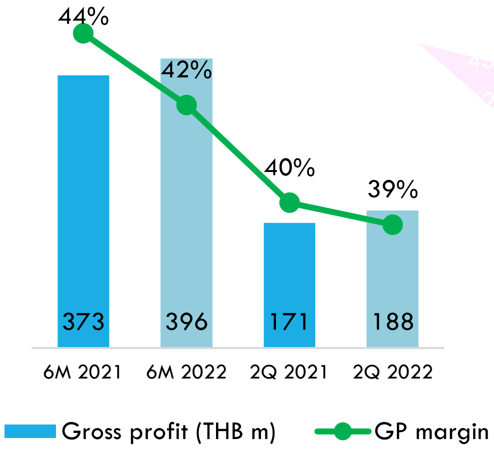
Key income statement data

Revenue



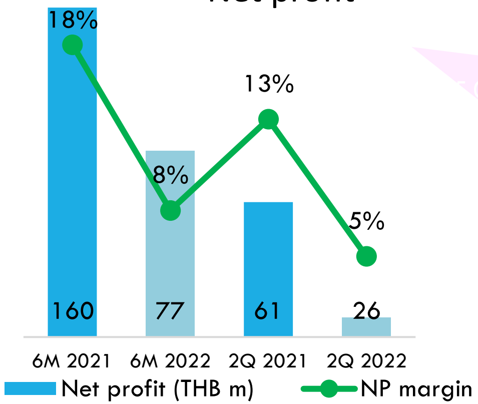
รายได้เติบโตโดยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมาประมาณ 94 ล้านบาทหรือคิดเป็นประมาณ 10% เนื่องจากการขายในประเทศที่มีการเติบโตขึ้นจากการขายลิขสิทธิ์ในช่องทาง DTT, Cabsat และ IPTV รวมทั้งกิจการเริ่มมีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มเติมตั้งแต่ช่วงกลางปีที่แล้วเป็นต้นมา

Gross profit



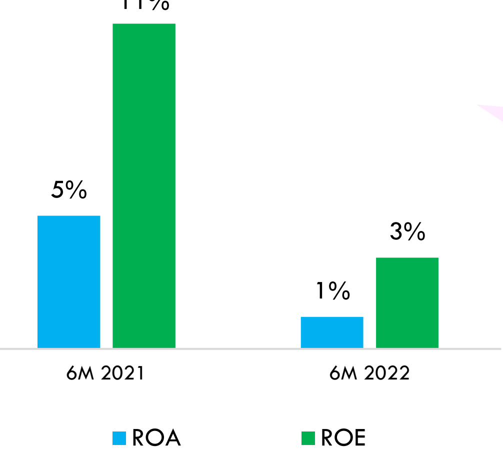
กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับงวด 6 เดือน ปรับตัวลดลงจากต้นทุนบริการซึ่งยังมีสัดส่วนมากกว่ารายได้บริการจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการปรับผังรายการในช่อง JKN 18 เพื่อเพิ่ม เรตติ้งของช่องให้ดีขึ้น

Net profit



กำไรสุทธิ ลดลงจากต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นรวมจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน และออกจำหน่ายหุ้นกู้ในระหว่างปีที่แล้วมาเพื่อใช้ในการซื้อธุรกิจในช่อง JKN 18 และ MN Beverage และค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นจากการโปรโมทสินค้า

ROA and ROE

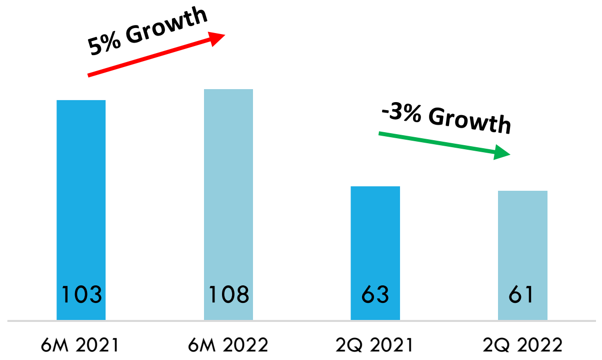


ROA ลดลงเนื่องจากจำนวนสินทรัพย์ถาวรที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจช่อง JKN 18, MN Beverage และการลงทุนใน content ที่มากขึ้น

ROE ลดลงจากการปรับตัวลดลงของกำไร

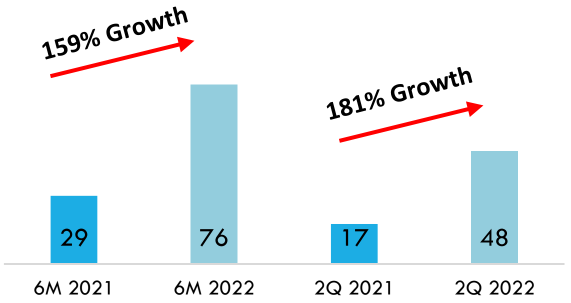
Key income statement data

Administrative expenses



ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นการเพิ่มขึ้นค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายจากอาคารและอุปกรณ์ซึ่งได้มา ณ วันซื้อธุรกิจในช่อง JKN18 และโรงงานน้ำดื่ม MN Beverage ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 และ 3 ปี 2564 เป็นต้นมา

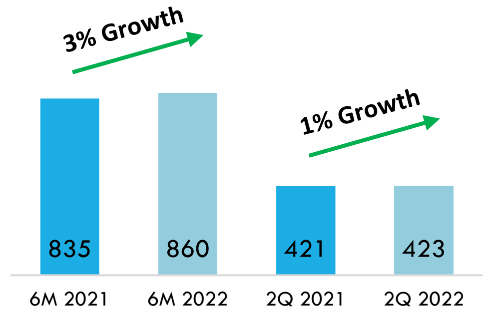
Selling expenses



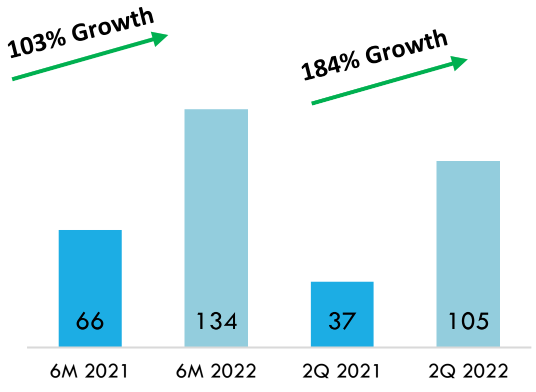
ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ เพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทเริ่มมีการทำการตลาดออนไลน์และช่องทางอื่นๆเพิ่มมากตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เป็นต้นมา เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีการจัดจำหน่าย เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค

Segment financials by platform

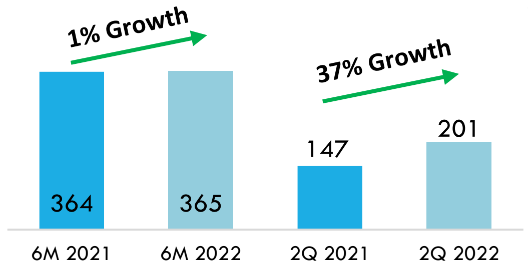
Content



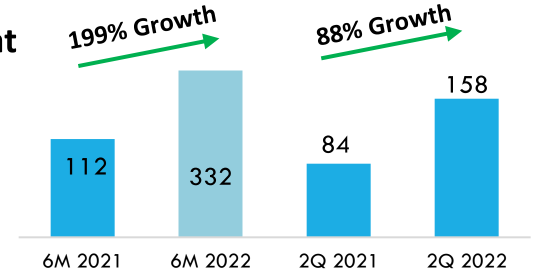
Others



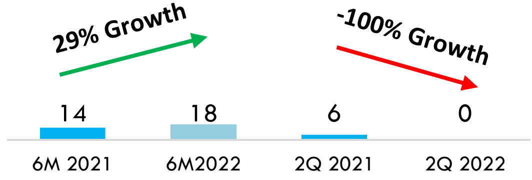
DTT



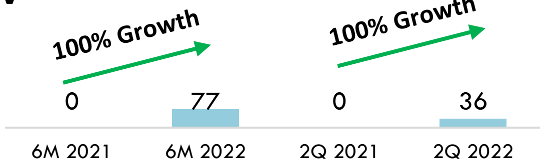
Cabsat



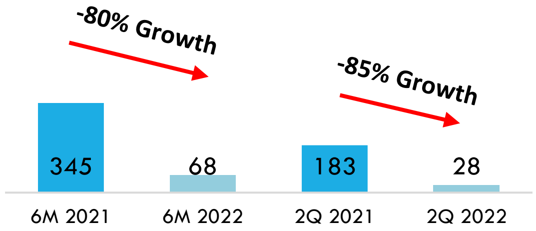
VOD



IPTV



Cabsat, VOD (Export)



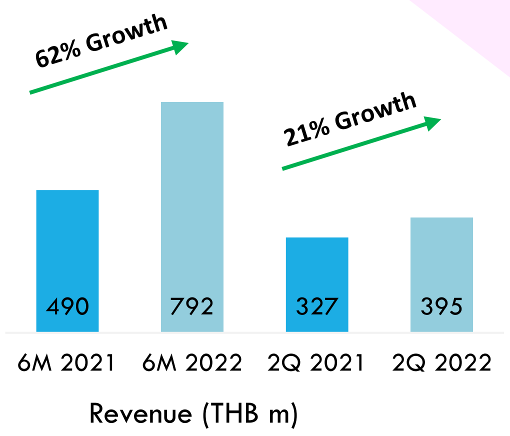
Total Revenue

(1) เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการซื้อลิขสิทธิ์รายการเพื่อนำไปเผยแพร่มากกว่าหนึ่งช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายลิขสิทธิ์ที่เผยแพร่ผ่านการออกอากาศได้ทั้งทางระบบดิจิตอล เคเบิลและดาวเทียม และอินเตอร์เน็ต หรือ DTT, Cabsat และ VOD นอกจากนี้ในระหว่างงวดปัจจุบันบริษัทได้เพิ่มการขายลิขสิทธ์รายการเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทาง IPTV (Internet Protocol television) ส่งผลให้รายได้ในช่องทางการขายนี้เพิ่มขึ้นอีกด้วย ในทางกลับกันก็ส่งผลให้การขายลิขสิทธิที่เผยแพร่เพียงหนึ่งช่องทางมียอดลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

(2) รายได้อื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญ โดยหากพิจารณาแยกตามประเภทพบว่ารายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้นเนื่องจากเพิ่งมีการเริ่มจัดจำหน่ายในช่วงปลายไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 ในทางกลับกันบริษัทก็มีผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนสาเหตุมาจากค่าเงินบาทที่อ่อนค่าขึ้นในระหว่างงวดปัจจุบัน

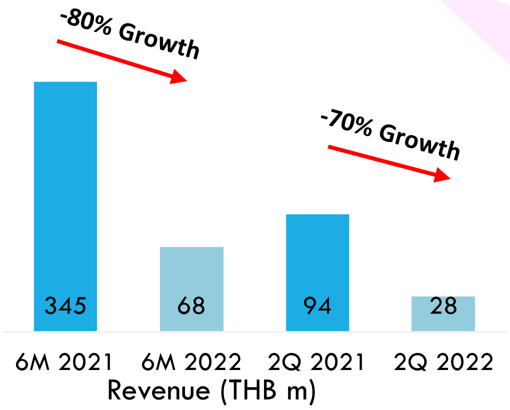
Segment financials by geography

Thailand



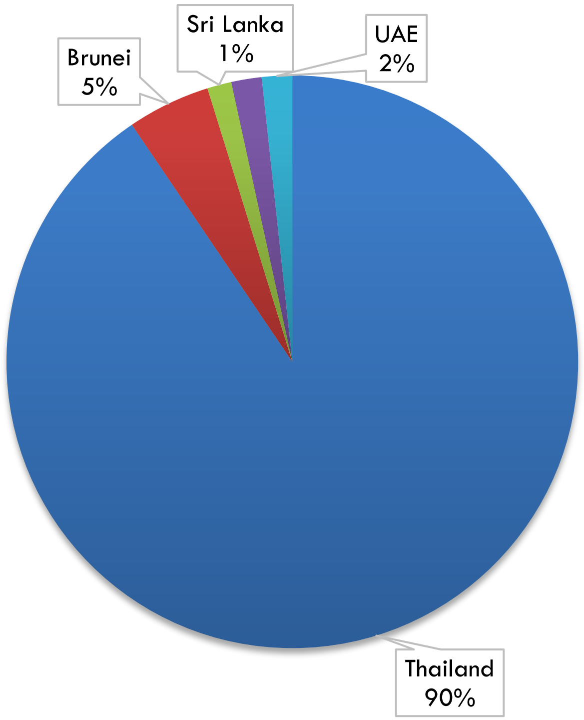
การขายในประเทศโดยรวมเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ในประเทศ 2 ราย (Cabsat และ DTT) เพิ่มรายการซื้อในปีนี้จากการที่ลิขสิทธิ์ที่ลูกค้าได้รับไปนั้นครบกำหนดอายุสัญญาและยังมีปริมาณที่มากพอที่จะเผยแพร่ในช่องทางของตน รวมทั้งการซื้อลิขสิทธิ์รายการที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง IPTV (Internet Protocol Television) ซึ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ใหม่ที่บริษัทได้มีการซื้อลิขสิทธิ์เพิ่มในช่วงปลายปี 2564

Other countries (Export)



รายได้จากการขายส่งออกโดยรวมลดลงเนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ในต่างประเทศสองรายที่ซื้อลิขสิทธิ์รายการที่เผยแพร่ผ่านการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิลและดาวเทียม หรือ Cabsat ซึ่งทำการซื้อขายกับบริษัทเป็นจำนวนมากในปีที่แล้วแต่ลดรายการซื้อในปีนี้ลงจากการที่ลิขสิทธิ์รายการที่ได้รับไปนั้นยังไม่ครบกำหนดสัญญาและยังมีปริมาณที่มากพอที่จะเผยแพร่ในช่องทางของตน

Q2 2022 revenue by geography



Balance sheet summary and key financial ratios

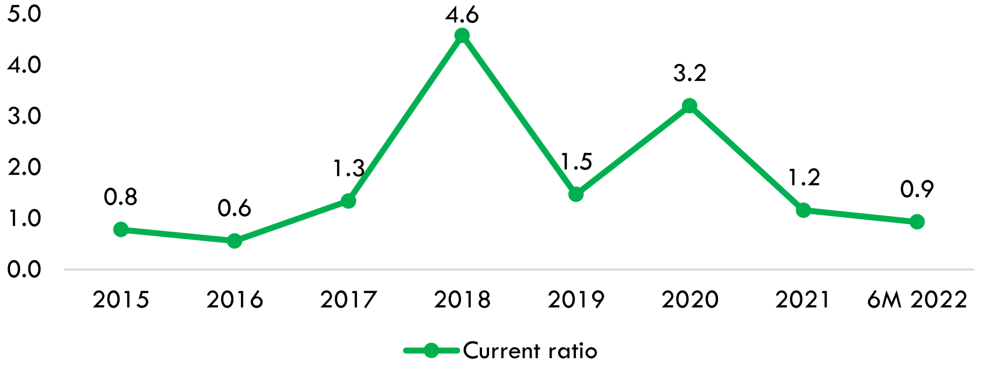
Balance sheet summary

Balance sheet (THB m)	2021	6M 2022
Total Assets	7,408	8,947
Total Liabilities	4,699	5,963
Total Equity	2,710	2,984
Cash & Cash equivalent	100	538
Total Interest Bearing Debt	4,053	4,800
Net Debt (less cash)	3,953	4,262

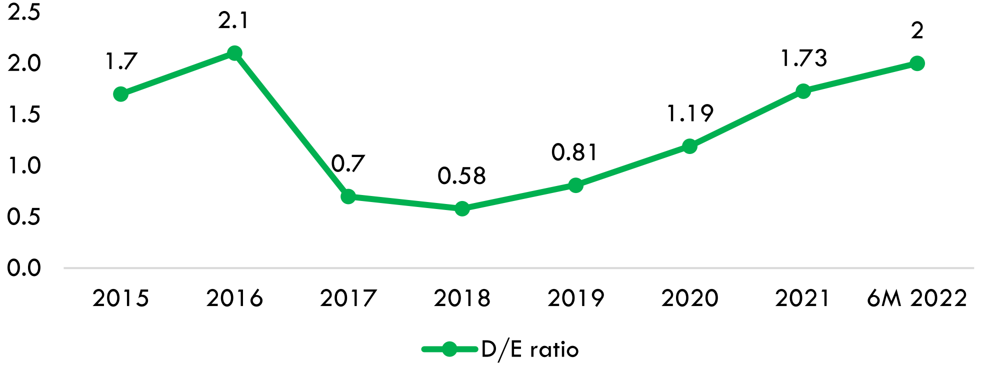
Total Asset เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของบัญชีลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่มาจากลงทุนซื้อลิขสิทธิ์รายการ นอกจากนี้จึงส่งผลให้ภาษีมูลค่าเพิ่มรอเรียกคืนที่เกิดจากการลงทุนซื้อลิขสิทธ์รายการในประเทศก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

Total Liabilities เพิ่มขึ้นมาจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหนี้ที่เกิดจากการซื้อลิขสิทธิ์รายการและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและการออกหุ้นกู้และหุ้นกู้แปลงสภาพในระหว่างงวดเพื่อใช้ในลงทุนในการดำเนินงานและการลงทุนซื้อลิขสิทธ์รายการ

Asset ratios (Current ratios)



Debt ratios (D/E ratios)



Q & A

Investor Relation Contact : ir@jknglobalgroup.com
JKN Official Website : www.jknglobalgroup.com

Thank You

Investor Relation Contact : ir@jknglobalgroup.com
JKN Official Website : www.jknglobalgroup.com